

Engajamento no trabalho: um estudo a partir da percepção de trabalhadores de farmácias e mercados

Engagement at work: a study from pharmacy and market workers

Nairana Soares Ecker¹ , Adriane Fabricio² , Luis Felipe Dias Lopes³ , Juciéle Fátima Coradini⁴ 
e Vanderléia Cavalheiro Machado⁵ 

¹ Universidade Regional do Estado do Rio Grande do Sul (UNIJUÍ), bacharel em Administração pela UNIJUÍ, email: nairanajonatan@hotmail.com

² Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), doutora em Administração (UFSM), email: adrianefabricio@yahoo.com.br

³ Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), email: lflopes67@yahoo.com.br

⁴ Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), mestre em Administração pela UFSM, email: jucielecoradini2019@gmail.com

⁵ Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), bacharel em Administração pela UFSM, email: vaandymachado@gmail.com

RESUMO

Este estudo teve como objetivo identificar o engajamento dos trabalhadores de farmácias e mercados de um município da Região Noroeste do Estado do RS, levando em consideração as três dimensões: vigor, dedicação e absorção. A amostra foi de 46 funcionários de duas farmácias e cinco supermercados a partir da aplicação da UWES-17 (Utrecht Work Engagement Scale) elaborado por Schaufeli e Bakker (2003) com 17 afirmativas, ainda foram incluídas questões sócio demográficas. O estudo permitiu identificar a diferença entre a percepção dos trabalhadores dos dois ramos. Os resultados apresentaram que os trabalhadores de mercados, demonstraram empenho em fazer o melhor pela empresa no que diz respeito aos aspectos relacionados ao engajamento. Já os trabalhadores de farmácias, relacionaram o engajamento, com o comprometimento, a motivação, a satisfação no trabalho e a questão do trabalho em equipe. De modo geral, o maior nível de engajamento está naqueles que trabalham em mercados.

Palavras-chave: Engajamento no trabalho. Mercados. Farmácias.

ABSTRACT

This study aimed to identify the engagement of pharmacy and market workers in a municipality in the Northwest Region of RS, taking into account the three dimensions: vigor, dedication and absorption. The sample consisted of 46 employees from two pharmacies and five supermarkets based on the application of UWES-17 (Utrecht Work Engagement Scale) elaborated by Schaufeli and Bakker (2003) with 17 affirmations, including socio-demographic questions. The study allowed to identify the difference between the perception of the workers of both branches. The results showed that market workers showed commitment to do the best for the company with regard to aspects related to engagement. Pharmacy workers, on the other hand, related engagement with commitment, motivation, job satisfaction and the issue of teamwork. Overall, the highest level of engagement is with those who work in markets.

Keywords: Engagement at work, Markets; Pharmacies.

1 INTRODUÇÃO

Os diferentes cenários globais se modificam de forma progressiva e acelerada, sendo em mudanças políticas, sociais e financeiras o que ocasiona que as empresas tenham que se adaptar e buscar de forma constante, novas estratégias para se manter no mercado. Inclusive, uma empresa deve manter seu capital humano em foco para que se tenham resultados esperados, ou seja, fazer com que seus funcionários sintam que pertencem a empresa. Shuck e Wollard (2010) descrevem que empregados engajados são aqueles que estão de forma física, cognitiva e emocionalmente conectados com seus papéis no trabalho.

O trabalho é fonte de prazer das pessoas, se não trabalhar satisfeito com o que desempenha não vai gerar produtividade, dessa maneira as pessoas procuram estar em ambiente organizacional que gere bem-estar e tenha condições para qualidade de vida necessária para a saúde física e mental. Segundo Simpson (2009), o engajamento pessoal é posteriormente descrito como o emprego ou expressão de uma pessoa no trabalho, seja fisicamente, emocionalmente ou cognitivamente.

Desse modo, o engajamento no trabalho é geralmente associado ao bem-estar físico e mental dos trabalhadores, influenciando tanto no vigor e energia, quanto na absorção e concentração no trabalho (BAKKER; DEMEROUTI, 2008), ocorrendo a partir de três pilares básicos: autonomia, crescimento e contribuição, considerando o ânimo, a dedicação e a absorção dos empregados no desenvolvimento de suas atividades. Este tema está diretamente ligado à gestão de pessoas na empresa, que é onde são identificados os índices positivos e negativos de cada trabalhador envolvido no processo.

O artigo objetivou identificar o nível de engajamento no trabalho de funcionários de farmácias e mercados do município de Jóia/RS. O referido município possui uma pequena extensão geográfica, e sua população em torno de 8.500 mil habitantes, conta com 357 estabelecimentos ativos (com Alvarás Municipais), incluindo empresas de comércio, prestadores de serviços, autônomos e microempreendedores individuais.

Este estudo foi desenvolvido a partir da construção de um referencial teórico sobre o assunto “Engajamento no Trabalho”, seguido da metodologia que classificou a pesquisa e informou como foi realizada a coleta de dados e interpretação dos resultados. E, por fim, são apresentados os resultados, as considerações finais, seguido da lista de referências consultadas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 O TRABALHO NA VIDA DO SER HUMANO

Historicamente o trabalho era visto como algo obrigatório para a sobrevivência, porém, para os homens livres que não precisavam fazê-lo, era desprezado, pois tinham como atender suas necessidades sem trabalhar. Com uma mudança de visão, a industrialização e os avanços capitalistas, o trabalho passou a se tornar valorizado, deixando de ser um meio para sobrevivência e se tornou um instrumento de realização pessoal (LIMONGI-FRANÇA; RODRIGUES, 2012).

Nesse sentido, o trabalho permite que o indivíduo se sinta parte da sociedade, proporciona status social e de mantém relações interpessoais, não sendo somente uma forma de obter renda (MORIN, 2001; KUBO; GOUVÊA, 2012). O significado do trabalho é visto atualmente como um construto psicológico, multidimensional e dinâmico, que se contempla na interação das variáveis pessoais e ambientais, e é influenciado pelas mudanças no indivíduo, ao seu redor ou no trabalho (TOLFO; PICCININI, 2007).

Nobre e Mello (2017), afirmam que é por meio do trabalho que o sujeito consegue transformar o seu mundo e o daqueles que o rodeiam. São suas atividades que permitem a criação de sua identidade e seu sentimento de pertencimento ao lugar em que habita, queremos ser reconhecidos por aqueles que nos cercam e o trabalho pode ser a atividade que permite este reconhecimento.

O trabalho compreende a atividade de transformação da matéria bruta em algo utilizável pelo ser humano, é possível considerar que a atividade laboral pressupõe certo poder, o poder de transformação conferido àquele que consegue realizar tal feito e deste modo este indivíduo consegue, por sua vez, exercer seu poder sobre os outros que são influenciados por ele (NOBRE; MELLO, 2017).

Dessa maneira, o trabalho proporciona experiências que são moldadas conforme cada modo do indivíduo e de seus aprendizados ao longo da sua vida no meio que está inserido. Como o ambiente de trabalho apresenta-se heterogêneo, as subjetividades nem sempre se assemelham, pois, cada indivíduo apresenta características intrínsecas ao seu desenvolvimento.

2.2 DA PSICOLOGIA TRADICIONAL À PSICOLOGIA POSITIVA

A psicologia tem estudos pertinentes em cima de aspectos considerados diferentes dos comumente apresentados na sociedade. Antigamente a psicologia tinha como estudo não o comportamento humano presente corriqueiramente pela população, mas sim aquele comportamento diferente (SELIGMAN, 2002). A partir da Psicologia Positiva, passou-se a estudar as questões pertinentes ao bem-estar dos trabalhadores como fator imprescindível para uma vida laboral saudável.

Pacico e Bastianelo (2014) salientam que o objetivo da psicologia positiva é ajustar os estudos para que aspectos saudáveis tenham maior atenção. Nesse sentido, tanto a psicologia voltada à cura e à reparação dos cuidados necessários quanto o estudo das qualidades, subjetividades e pontos positivos do ser humano devem ser considerados com a mesma atenção. Assim, a psicologia positiva surgiu com o objetivo de equilibrar essas duas questões. Nessa perspectiva, a psicologia positiva volta-se para um entendimento científico sobre as forças e vivências humanas focadas na felicidade e nas possíveis intervenções no sentido de aliviar as dores e incrementar o bem-estar subjetivo (SELIGMAN et al., 2005).

Segundo Seligman (2004), a psicologia positiva tem como base o estudo da emoção positiva; dos traços ou qualidades positivas, principalmente forças e virtudes, assim como a inteligência e capacidade atlética; e, por fim, as instituições positivas, como a democracia, a família e a liberdade que sustentam as virtudes que oferecem apoio às emoções positivas. A psicologia positiva não ignora o sofrimento humano e os problemas que as pessoas presenciam, tampouco desvaloriza ou afirma que o estudo das patologias mentais e comportamentais deva ser descartado ou substituído. O objetivo desse movimento é complementar e ampliar o foco da psicologia, que tem sido, desde seu surgimento como ciência, predominantemente patológico (PACICO; BASTIANELO, 2014).

Conforme Meireles e Lobo (2011), a abordagem positiva estimula de maneira construtiva, o repensar da gestão de recursos humanos. Desse modo, passa a incentivar as virtudes, respeitar a dignidade humana, prezar a excelência, zelar pela busca da felicidade, promover a cooperação e a confiança. Uma gestão que tem impactos positivos para os colaboradores, para a organização e também a nível externo, considerando uma maior satisfação dos clientes e da comunidade circundante.

Em termos gerais, Petrolí e Vasquez (2016) explicam que a Psicologia Positiva tem sido utilizada para instigar o indivíduo a buscar a construção de uma vida prazerosa, engajada e com sentido. O objetivo principal é identificar as potencialidades através dos pontos positivos (como otimismo, esperança, autoestima, auto eficácia...) e o enfrentamento das fraquezas, normalmente caracterizado como pontos negativos. A busca é a prevenção do adoecimento, diferenciando-se da autoajuda, que procura o entendimento do que contribui para a prosperidade das pessoas através do reconhecimento de suas qualidades e da promoção de seu funcionamento positivo.

3 METODOLOGIA

O presente estudo caracteriza-se como uma abordagem quantitativa e qualitativa. A pesquisa quantitativa permite traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Para a pesquisa qualitativa considera-se que há um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito a interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são requisitos básicos no processo de pesquisa qualitativa (OLIVEIRA, 1999).

No que se refere aos objetivos, a pesquisa é considerada descritiva, o estudo possibilita identificar as diferentes formas dos fenômenos, das relações de causa e efeito. (GIL, 2010). A pesquisa classifica-se em bibliográfica, de levantamento (*survey*) e pesquisa de campo. A pesquisa bibliográfica, abrange todo o referencial teórico já tornado público em relação ao tema de estudo (LAKATOS; MARCONI, 2002).

O universo da amostra é composto por 65 funcionários de duas farmácias e cinco supermercados do município de Jóia/RS, obtendo-se 46 respondentes. No que se refere ao instrumento da coleta de dados ocorreu por meio de questionários contendo questões objetivas e descritivas para caracterização dos sujeitos da pesquisa, ainda a utilização da escala para mensuração do engajamento no trabalho, a UWES-17 (*Utrecht Work Engagement Scale*), composto por 17 afirmativas, um questionário autoaplicável, do tipo *Likert* de 7 pontos (SCHAUFELI; BAKKER, 2003).

A UWES mensura o Engajamento no Trabalho e, foi elaborada por Wilmar B.Schaufeli e Arnold Bakker em 2003 – o mesmo está dividido em três dimensões, a saber: vigor, dedicação e absorção. A interpretação teve por finalidade “a procura do sentido mais amplo das respostas, o que é feito mediante sua ligação a outros conhecimentos anteriormente obtidos” (GIL, 1999 p.168).

Os dados coletados foram organizados em planilhas gerando dados percentuais permitindo a discussão dos principais resultados.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

No que tange o perfil da amostra evidencia-se que em ambos os estabelecimentos houve predominância do sexo feminino (74%), na faixa etária entre 0 e 55 anos, casados (63%), a maioria com o ensino médio completo (44%) e com ensino superior incompleto (20%), alguns participantes possuem cursos técnicos relacionados à área da enfermagem, massoterapia e estética. É importante destacar um percentual alto de profissionais com graduação completa e incompleta.

Sobre o tempo médio de trabalho apresenta-se entre 5 a 10 anos para os cargos desenvolvidos pelos funcionários, e acima de 30 anos para os cargos de gestão, no caso dos mercados. Já para as farmácias, a atuação por cargo foi variável, sendo mais representativa entre 11 a 20 anos (44%), seguido pelo período entre um (22%) a 5 anos (22%), e por fim, (11%) responderam que estão no cargo atual entre 6 a 10 anos. Observa-se também que os cargos que apresentaram menor tempo de trabalho, são de empacotador, repositor de mercadorias e operador de caixa. Já os cargos com maior tempo na função, correspondem aos auxiliares de escritório, gerência e farmacêutica.

Para a análise dos dados foi realizada a aplicação do instrumento UWES – Engajamento no Trabalho elaborado por Wilmar B.Schaufeli e Arnold Bakker em 2003 – o mesmo está dividido em três dimensões, a saber: vigor, dedicação e absorção. Os resultados são apresentados por segmento, sendo primeiro o segmento de farmácia, na sequência os resultados para mercados.

De acordo com a tabela 1, em relação a Dimensão Vigor na Farmácia, verifica-se que a maioria dos respondentes sentem-se sempre ou algumas vezes por semana com altos níveis de energia (55,55%), força (44,44%) e mentalmente resilientes (44,44%) no trabalho que desenvolvem. Sendo essas características indispensáveis para a identificação do vigor dos funcionários no ambiente de trabalho. No entanto, é importante observar os casos em que descrevem pouca vontade para ir trabalhar de manhã (11,11%).

Tabela 1- Dimensão Vigor - Farmácia

Questões	0	1	2	3	4	5	6
1. Em meu trabalho, sinto-me repleto (cheio) de energia	-	-	11,11	-	-	33,34	55,55
4. No trabalho, sinto-me com força e vigor (vitalidade).	-	-	11,11	22,22	11,11	44,44	11,11
8. Quando me levanto pela manhã, tenho vontade de ir trabalhar.	11,11	-	-	-	11,11	33,33	44,44
12. Posso continuar trabalhando durante longos períodos de tempo	-	-	11,11	11,11	22,22	11,11	44,44
15. Em meu trabalho, sou uma pessoa mentalmente resiliente (versátil).	11,11	-	11,11	-	11,11	22,22	44,44
17. No trabalho, sou persistente mesmo quando as coisas não vão bem	-	-	-	11,11	-	77,77	11,11

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

A respeito dos resultados apresentados tabela 2 referente a Dimensão Vigor em mercados pode-se observar dados semelhantes a tabela 1, em que os respondentes do mercado também demonstraram bons resultados para o vigor, ao descreverem maior frequência para os casos em que sentem-se repletos e cheios de energia no trabalho em que realizam (56,76%), afirmam como a maioria ter força e vitalidade (40,54%), assim como também ter vontade de ir trabalhar quando levantam pela manhã (8,10%).

Tabela 2- Dimensão Vigor – Mercado

Questões	0	1	2	3	4	5	6
1. Em meu trabalho, sinto-me repleto (cheio) de energia	-	2,70	-	5,40	2,70	32,43	56,76
4. No trabalho, sinto-me com força e vigor (vitalidade).	-	-	2,70	10,81	8,10	40,54	37,83
8. Quando me levanto pela manhã, tenho vontade de ir trabalhar.	-	-	-	8,10	5,40	35,13	51,35
12. Posso continuar trabalhando durante longos períodos de tempo	-	2,70	8,10	13,51	8,10	24,32	43,24
15. Em meu trabalho, sou uma pessoa mentalmente resiliente (versátil).	5,40	-	10,81	5,40	10,81	29,72	40,54
17. No trabalho, sou persistente mesmo quando as coisas não vão bem.	2,70	-	-	8,10	8,10	32,43	40,54

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Nos dois segmentos também foram verificadas questões referentes à persistência quando as coisas não vão bem, sendo (11,11%) nas farmácias e (40,54%) nos mercados, e ainda a disponibilidade em continuar trabalhando durante longos períodos de tempo (44,44%- farmácia; 43,24%- mercado). Essas questões podem ser consideradas representativas entre os respondentes, pois apareceram tanto entre os trabalhadores das farmácias quanto dos mercados, e podem estar relacionadas à jornada de trabalho que se estende aos finais de semana e horários de plantão do primeiro ramo. Desse modo, percebe-se uma maior persistência nos funcionários de mercados.

Quanto a Dimensão Dedicção em farmácia, observa-se na tabela 3 que para a maioria dos funcionários, o trabalho que realizam é cheio de significado e propósito (55,55%), demonstram entusiasmo (55,55%), sentem-se inspirados (44,44%) e orgulhosos (55,55%) com o que fazem e percebem o trabalho como desafiador frequentemente (11,11%), quase sempre (44,44%) ou sempre (22,22%). Porém, para outros, que às vezes (11,11%) sentem-se desafiados pelo trabalho, pois nem sempre o mesmo é inspirador ou motivo de orgulho (11,11%).

Tabela 3- Dimensão Dedicção - Farmácia

Questões	0	1	2	3	4	5	6
2. Eu acho que o trabalho que realizo é cheio de significado e propósito	-	-	-	-	-	44,44	55,55
5. Estou entusiasmado com meu trabalho	-	-	-	-	22,22	22,22	55,55
7. Meu trabalho me inspira	-	-	11,11	-	11,11	33,33	44,44
10. Estou orgulhoso com o trabalho que realizo	11,11	-	-	-	-	33,33	55,55
13. Para mim meu trabalho é desafiador	-	-	11,11	11,11	11,11	44,44	22,22

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Comparando a Dimensão Dedicção no mercado pode-se perceber que os funcionários, em sua maioria, também declararam que acham sempre ou quase sempre o trabalho que realizam cheio de significado e propósito (51,35), tem orgulho (75,67%), sentem-se inspirados (64,86%) e entusiasmados (43,24%) com ele, conforme tabela 6.

Em relação a dimensão dedicação no mercado, observa-se na tabela 4, que os respondentes em sua minoria, afirmaram que nunca percebem o trabalho cheio de significado e propósito (2,70%), nem desafiador (2,70%). Esses apontamentos podem estar relacionados ao fato de que nesse ramo as funções serem específicas. Então são realizadas diariamente da mesma forma pelos mesmos funcionários, e isso acaba se tornando mecânico para eles, não despertando com isso o sentimento de desafio ou significância e propósito.

Tabela 4- Dimensão Dedicção - Mercado

Questões	0	1	2	3	4	5	6
2. Eu acho que o trabalho que realizo é cheio de significado e propósito	2,70	-	5,40	10,81	5,40	24,32	51,35
5. Estou entusiasmado com meu trabalho	-	-	2,70	5,40	10,81	37,83	43,24
7. Meu trabalho me inspira	-	-	10,81	5,40	8,10	10,81	64,86
10. Estou orgulhoso com o trabalho que realizo	-	-	-	-	2,70	18,91	75,67
13. Para mim meu trabalho é desafiador	2,70	-	8,10	8,10	10,81	29,72	40,54

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Segundo Hansen *et al.*, (2018), o reconhecimento destas características é importante especialmente para identificar aspectos positivos e o que pode desenvolver-se como pontos fortes. Observa-se que uma pessoa engajada percebe quando está inspirada ao identificar que sente prazer

nas atividades que realiza e, conseqüentemente, seu trabalho é realizado de tal modo que ela e a organização são beneficiadas em algum nível.

Relacionado à Dimensão Absorção, verificou-se na tabela 5 que a maioria dos funcionários quase sempre ou sempre percebem que o tempo passa rápido quando estão trabalhando (44,44%), esquecendo de tudo que se passa ao redor deles (66,66%), porque sentem-se felizes quando trabalham intensamente (77,77%) e deixam-se envolver pelo estão fazendo (44,44%), deixando-se levar pelo que fazem (33,33%). No entanto, não tem dificuldades em desligar-se do trabalho (22,22%), conseguindo realizar atividades fora do ambiente profissional.

Tabela 5- Dimensão Absorção - Farmácia

Questões	0	1	2	3	4	5	6
3. O “tempo voa” quando estou trabalhando	-	-	-	22,22	-	44,44	33,33
6. Quando estou trabalhando, esqueço tudo o que se passa ao meu redor	11,11	-	11,11	-	11,11	66,66	-
9. Sinto-me feliz quando trabalho intensamente	11,11	-	-	11,11	-	77,77	-
11. Sinto-me envolvido com o trabalho que faço	-	-	-	11,11	11,11	44,44	33,33
14. “Deixo-me levar” pelo meu trabalho	22,22	-	11,11	11,11	11,11	11,11	33,33
16. É difícil desligar-me do trabalho	22,22	11,11	22,22	11,11	11,11	22,22	-

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Em relação a Dimensão Absorção no mercado, verifica-se na tabela 6 a maior absorção dos funcionários do ramo de mercado, mas apesar de sentirem que o tempo voa quando estão trabalhando (40,54%), apresentam dificuldades em desligar-se (29,72%) do trabalho quando estão fora dele. A questão da absorção é mais representativa pelos funcionários do mercado em comparação aos que atuam nas farmácias, pode estar relacionada ao fato de terem uma jornada semanal mais extensa, levando-os a se habituarem nesse ambiente, apresentando dificuldades para desligar-se do mesmo nas horas livres.

Tabela 6- Dimensão Absorção - Mercado

Questões	0	1	2	3	4	5	6
3. O “tempo voa” quando estou trabalhando	-	-	2,70	5,40	8,10	43,24	40,54
6. Quando estou trabalhando, esqueço tudo o que se passa ao meu redor	13,51	8,10	2,70	13,51	10,81	29,72	21,62
9. Sinto-me feliz quando trabalho intensamente	-	-	8,10	2,70	5,40	29,79	54,05
11. Sinto-me envolvido com o trabalho que faço	-	-	-	8,10	5,40	32,43	54,05
14. “Deixo-me levar” pelo meu trabalho	2,70	2,70	8,10	16,21	8,10	29,72	32,43
16. É difícil desligar-me do trabalho	8,10	13,51	8,10	8,10	10,81	21,62	29,72

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Os resultados obtidos relacionam-se com os apresentados por Schaufeli e Bakker (2003) que assegura que quanto mais alto o escore identificado em vigor, dedicação e absorção, maior será

o engajamento no trabalho, sendo assim considera-se que a amostra em questão está engajada, pois apresenta altos índices de engajamento. Porém, pelo estudo, é possível afirmar que o nível maior de engajamento está nos funcionários de mercados.

Em relação ao entendimento do engajamento no trabalho entre os participantes que atuam em mercados, pode-se verificar que as questões mais frequentes corresponderam ao empenho (34%), fazer o melhor pela empresa (31%), fazer a empresa crescer (14%), estabilidade (10%), estar de bem com o trabalho (7%) e o reconhecimento dos chefes (3%). Em contrapartida, os trabalhadores das farmácias trouxeram com maior frequência, o comprometimento (56%), a motivação e satisfação no trabalho (33%) e o trabalho em equipe (11%), como aspectos relacionados ao engajamento.

De acordo com Hansen *et al* (2018), o engajamento no trabalho proporciona emoções positivas, a pessoa se sente feliz, alegre, energizada, otimista e autoconfiante, estar engajado no trabalho faz com que a pessoa se sinta bem, e estando bem-humorada sente que a atividade no trabalho não é difícil, este estado influencia também positivamente na sua criatividade e capacidade de solução de problemas. A boa saúde também está associada à pessoa engajada, pois sofrem menos de acometimentos psicossomáticos e físicos, como dores de cabeça, preocupações, tensão muscular (SCHAUFELI; DIJKSTRA; VASQUEZ, 2013).

No que se refere a melhora do engajamento dos funcionários, verificou-se que os trabalhadores de mercados afirmaram que é necessário maior valorização dos funcionários e aumento dos salários (35%); oferecer cursos de capacitação e treinamentos de acordo com a função a ser desempenhada (27%), informar aos colaboradores sobre as estratégias da empresa, bem como seus objetivos e metas (10%), implementar a divisão dos lucros como alternativa de melhoria dos salários (7%), oferecer preços diferenciados para os funcionários (7%) e, ainda, melhorar as condições de trabalho dos funcionários (3%), não responderam a questão (10%). Em relação às contribuições dos profissionais que atuam nas farmácias, destaca-se a valorização dos funcionários através do aumento dos salários (56%), oferecimento de cursos e treinamentos em vendas (22%) e alguns não responderam essa questão (22%).

Schaufeli, Dijkstra e Vazquez (2003) afirmam que os trabalhadores estão buscando cada vez mais autodesenvolvimento, ação cooperativa e envolvimento em atividades prazerosas e de realização pessoal. Reconhecer a carência desse engajamento é tão importante para a pessoa quanto para a equipe em que está inserida e a organização onde atua, e este reconhecimento é necessário

para que a organização aja e faça com que as pessoas possam se sentir inspiradas e entusiasmadas no trabalho novamente (SCHAUFELI; DIJKSTRA; VASQUEZ, 2013).

Pertinente aos questionamentos no quadro 1 apresentam-se aspectos que foram relacionados acerca da valorização dos funcionários e oferecimento de cursos de capacitação e treinamento de acordo com as funções que realizam, no segmento de farmácias.

Quadro 1 - Proposição de melhorias para maximizar o engajamento dos funcionários das farmácias.

Aspectos	Sugestões
Valorização dos funcionários	Implantar o sistema de comissões ou remuneração variável com pagamento pelo atendimento de metas.
Cursos de capacitação e treinamento	Oferecer programas de treinamento, capacitações, cursos específicos ou <i>Workshops</i> , na área de vendas e atendimento ao público.
Não tem vontade de ir trabalhar quando acorda pela manhã	Oferecer cursos de motivação, <i>coaching</i> pessoal ou em grupos do mesmo setor, procurando conhecer as razões que estão desmotivando os funcionários a não terem vontade de ir trabalhar.
Não é uma pessoa mentalmente resiliente (versátil)	Oferecer cursos, capacitações que envolvam a resolução de problemas, a dinâmica grupal e o estabelecimento de metas individuais mensais.
Não se sente orgulhoso com o trabalho que realiza	Valorizar o trabalho de cada funcionário, destacando as qualidades individuais e a importância delas para o segmento.
Não conseguem esquecer tudo o que se passa ao meu redor	Estabelecer protocolos de atividades para cada cargo, promovendo maior envolvimento e conectividade entre a função a ser realizada e o funcionário.
Não se sentem felizes quando trabalham intensamente	Desenvolver na empresa um ambiente harmonioso e agradável, com condições para que os funcionários sintam-se bem e importantes para a mesma.
Não tem dificuldades em desligar-se do trabalho	Analisar a rotina dos trabalhadores, verificando os períodos, motivos e situações que levam a desligar-se do trabalho.
Não se deixam levar pelo trabalho	Envolver os funcionários no planejamento mensal da empresa, ficando responsável por atividades respectivas ao cargo que ocupa.

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

Quadro 2 - Proposição de melhorias para maximizar o engajamento dos funcionários dos mercados.

Aspectos	Sugestões
Valorização dos funcionários com aumento de salários	Acrescentando benefícios a partir do pagamento de horas extras ao invés de compensações;
Cursos de capacitação e treinamento	Oferecer programas de treinamento, capacitações, cursos específicos ou <i>Workshops</i> , para os diversos setores do mercado.
Rotatividade	Implementar a rotatividade dos funcionários principalmente nos finais de semana, diminuindo o estresse pelo excesso de trabalho.
Implementação da divisão de lucros	Estipular um percentual de participação nos lucros da empresa, principalmente nas datas comemorativas anuais que aumentam as vendas e exigem maior comprometimento do pessoal, por exemplo: Festas de Final de Ano, Páscoa, Início do Ano Letivo.

Melhores condições de trabalho	Fornecer equipamentos de trabalho confortáveis, de qualidade de acordo com a função desenvolvida.
Preços diferenciados para os funcionários	Implementar desconto no preço dos produtos para os funcionários, ou, incluir na política de salários, a oferta de uma cesta básica mensal para cada colaborador.
Não é uma pessoa mentalmente resiliente (versátil)	Oferecer cursos, capacitações que envolvam a resolução de problemas, a dinâmica grupal e o estabelecimento de metas individuais mensais.
Não é persistente mesmo quando as coisas não vão bem	Destacar a necessidade de persistir quando as coisas não vão bem, a partir da criação de situações-problema, em que os funcionários têm que resolver para analisar seu envolvimento e dedicação em cada situação.
Não percebem o trabalho cheio de significado e propósito.	Realizar reuniões mensais com todos colaboradores, como forma de destacar a importância das atividades que realizam, assim como do comprometimento deles para o sucesso da empresa.
Não percebem o trabalho como desafiador	Promover atividades desafiadoras aos funcionários, como a troca diária de cargos, levando-os a perceberem a importância do trabalho realizado e os desafios que cada função impõe aos funcionários.
Não conseguem esquecer tudo o que se passa ao meu redor	Estabelecer protocolos de atividades para cada cargo, promovendo maior envolvimento e conectividade entre a função a ser realizada e o funcionário.
Não se deixam levar pelo trabalho	Envolver os funcionários no planejamento mensal da empresa, ficando responsável por atividades respectivas ao cargo que ocupa.
Não tem dificuldades em desligar-se do trabalho	Analisar a rotina dos trabalhadores, verificando os períodos, motivos e situações que levam a desligar-se do trabalho.

Fonte: Dados da pesquisa (2018)

As sugestões para cada segmento foram elaboradas de acordo com os aspectos que foram sendo destacados e que é importante serem corrigidos pela empresa, de forma prática e contínua. Algumas situações diárias acabam acomodando os funcionários, levando-os a realizar ou não atividades a partir da forma pela qual consideram a pertinência de seu trabalho, por isso é importante que a motivação e o envolvimento dos colaboradores sejam trabalhados diariamente.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio dos resultados a pesquisa elucidada que o engajamento no trabalho a partir da análise das dimensões de vigor, dedicação e absorção, nos funcionários em sua maioria, encontram-se engajados nas atividades que realizam, assim como pelas empresas que trabalham. As dimensões analisadas no Engajamento no trabalho possibilitaram possíveis sugestões e intervenções no ambiente de trabalho.

A primeira dimensão vigor, possibilitou verificar que em farmácias e mercados, os funcionários sentem-se sempre ou algumas vezes por semana com altos níveis de energia, força e mentalmente resilientes no trabalho que desenvolvem, porém em alguns casos na área de farmácia descreveram pouca vontade para ir trabalhar de manhã.

Referente à segunda dimensão “dedicação”, os funcionários das farmácias e mercados expressaram sua dedicação com o trabalho assim como no mercado declaram sempre ou quase sempre estão realizados enxergando o trabalho que como cheio de significado e propósito, demonstram entusiasmo, sentem-se inspirados e orgulhosos com o que fazem e percebem o trabalho como desafiador frequentemente, quase sempre ou sempre.

Relacionado à absorção, verificou-se que a maioria dos funcionários das farmácias, quase sempre ou sempre, percebem o tempo passar rápido quando estão trabalhando pois sentem-se felizes quando trabalham intensamente envolvem-se pelo que estão fazendo, deixando-se levar pelo que fazem. No entanto verificou-se maior absorção dos funcionários do ramo de mercado, que mesmo afirmando sentirem que o tempo voa quando estão trabalhando, apresentam dificuldades em desligar-se do trabalho quando estão fora dele.

Evidencia-se que em ambos os segmentos, a maior valorização dos funcionários com aumento dos salários e a necessidade do oferecimento de cursos de treinamento e capacitação direcionado para os cargos que exercem, como forma de melhorar o desempenho em suas funções. É importante salientar que no decorrer do estudo algumas questões limitaram a pesquisa, tais como: nem todos os funcionários das empresas selecionadas aceitaram participar e alguns não responderam as questões completamente.

Como sugestão para trabalhos futuros, tem-se a proposição de que sejam realizadas pesquisas em diferentes segmentos e portes, na tentativa de conhecer as outras realidades, com mais participantes e em diferentes jornadas de trabalho, tais como: agências bancárias, hospitais ou cooperativas do município, além de comparar os resultados de estudo a outros ambientes.

REFERÊNCIAS

BAKKER, A. B.; DEMEROUTI, E. Towards a model of *Work Engagement*. **Career development international**, v. 13, n. 3, p. 209-223, 2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/joia/panorama>. Acesso em 26 de agosto de 2019.

HANSEN, R.; A INTELIGÊNCIA EMOCIONAL E O ENGAJAMENTO NO TRABALHO: Um estudo a partir de gestores e equipes. Disponível em: [http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/4763/Rog% c3% a9rio% 20Hansen.pdf?sequence=1](http://bibliodigital.unijui.edu.br:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/4763/Rog%c3%a9rio%20Hansen.pdf?sequence=1) .Acesso em 26 de agosto de 2019.

KUBO, S. H.; GOUVÊA, M. A. Análise dos fatores associados ao significado do trabalho. **Revista de Administração**, v. 47, n. 4, p. 540-554, 2012.

LIMONGI FRANÇA, A. C.; RODRIGUES, A. L. **Stress e trabalho: uma abordagem psicossomática**. 4. ed. São Paulo: Atlas S.A, 2012.

MEIRELES, C. A. M; LOBO. F. A **Psicologia Positiva e as Organizações**. I Congresso internacional de psicologia no trabalho e das organizações, p.139-162, Braga, 2012.

MORIN, E. M. Os sentidos do trabalho. **Revista de Administração de Empresas**. v. 41, n. 3, São Paulo, 2001.

MORIN, E. M; TONELLI, M. J.; PLIOPAS, A. L. V. O trabalho e seus sentidos. **Psicologia e Sociedade**, v. 19, n. esp., p. 47-56, 2007.

NOBRE, T. L.; MELLO, R. C. H. Liderança nas organizações: um estudo sobre esta competência na atualidade. **Revista Iuminart**, v.1, nº 14, 2017.

PACICO, J. C.; BASTIANELLO, M. R. Avaliação em Psicologia Positiva. In: HUTZ, C. S. & ZANON, C. Revisão da adaptação, validação e normatização da escala de autoestima de Rosenberg. **Avaliação Psicológica: Interamerican Journal of Psychological Assessment**, v.10, n.1, p.41-49, 2011.

PETROLI, C.; VAQUEZ, A. C. **A relação entre Engajamento no Trabalho e Absenteísmo em uma Organização Varejista**. Monografia (Graduação em Psicologia) Instituto de Psicologia, Porto Alegre, 2016.

RUEDA, F. J. M; SERENINI, A. S. P; MEIRELES, E. Relação entre qualidade de vida no trabalho e confiança do empregado na organização. **Revista Psicologia Organizações e Trabalho**, v.14. n 3, p.303-314, Florianópolis, 2014.

SCHUCK, B., & WOLLARD, K. Employee engagement and HRD: A seminal review of the foundations. **Human Resource Development Review**, v.9, n.1, p. 89-110, 2010.

SCHAUFELI, W.; DIJKSTRA. P.; VAZQUEZ. A. C. **Engajamento no trabalho**. São Paulo: Casa do Psicólogo, 2013.

SCHAUFELI W.; BAKKER A. **Utrecht Work Engagement Scale (UWES)**. Occupational Health Psychology Unit: Utrecht, 2003.

SCHAUFELI, W. B; SALANOVA, M; GONZALES-ROMA; V.; BAKKER, A.B. The measurement of burnout and *Engagement*: A confirmatory factor analytic approach. **Journal of Happiness Studies**, v.3, n.1, p.71-92, 2002.

SELIGMAN, M. E. P. **Authentic Happiness: Using the New Positive Psychology to Realize Your Potential for Lasting Fulfillment**. New York: Free Press, 2002.

SELIGMAN, M. E. **Felicidade autêntica: Usando a nova Psicologia Positiva para a realização permanente**. Rio de Janeiro, Objetiva, 2004.

SELIGMAN, M. E. P.; STEEN, T. A.; PARK, N.; PETERSON, C. Progresso da Psicologia Positiva: Validação Empírica de Intervenções. **Psicólogo Americano**, v. 60, n. 5, p. 410-421, 2005. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.60.5.410>

SIMPSON, M, R. Engagement at Work: A review of the literature. **International Journal of Nursing Studies**, v. 46, n.7, p.1012-1024, 2009.

TOLFO, S. R.; PICCININI, V. Sentidos e significados do trabalho: explorando conceitos, variáveis e estudos empíricos brasileiros. **Psicologia & Sociedade**, v. 19, ed. esp. 1, p. 38-46, 2007.